

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
AZARINE SUNSCREEN DI MARKETPLACE SHOPEE  
INDONESIA  
(Studi pada Pelanggan Azarine *Sunscreen* di DKI Jakarta)**

**SKRIPSI**



**Nama : Soleha Putri Noviani**

**NIM : 43120110108**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCUBUANA  
JAKARTA**

**2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
AZARINE SUNSCREEN DI MARKETPLACE SHOPEE  
INDONESIA  
(Studi pada Pelanggan Azarine *Sunscreen* di DKI Jakarta)**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Mercu Buana



**Nama : Soleha Putri Noviani**

**NIM : 43120110108**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCUBUANA  
JAKARTA**

**2024**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Soleha Putri Noviani

NIM : 43120110108

Program Studi : SI Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri, apabila saya mengutip hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikian surat ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Juni 2024



Soleha Putri Noviani

NIM: 43120110108

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Soleha Putri Noviani  
NIM : 43120110108  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Azarine Sunscreen pada Marketplace Shopee Indonesia (Studi pada Pelanggan Azarine Sunscreen di DKI Jakarta)  
Tanggal Sidang : 22 Agustus 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Andyan Pradipta Utama, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244288



Please Scan QRCode to [Verify](#)

## ABSTRAK

Penelitian ini adalah penelitian kuantitative yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Azarine *Sunscreen* pada *Marketplace* Shopee Indonesia Responden pada penelitian ini adalah masyarakat yang sudah memakai azarine *Sunscreen* sebagai perawatan wajah mereka. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisisioner yang disebarakan kepada 130 responden. Analisis data yang digunakan adalah statistik dalam bentuk SEM-PLS versi 3.29. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk, inovasi produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Azarine *Sunscreen*.

Kata Kunci Kualitas Produk, Inovasi Produk, Persepsi Harga, Loyalitas Pelanggan, Azarine *Sunscreen*

## **ABSTRACT**

*This research is a quantitative study that aims to determine the effect of Product Quality, Product Innovation and Price Perception for Azarine Sunscreen Customer Loyalty in Shopee Indonesia Marketplace. Respondents in this study are people who have already used Azarine Sunscreen as their skincare routine. The collecting of data in this research used a questionnaire distributed to 130 respondents. Analysis of the data used is statistics in the form of SEM-PLS 3.29 version. The results of this study prove that product quality, product innovation and price perception have a positive and significant effect on the costumer loyalty Azarine Sunscreen.*

*Keywords: Product Quality, Product Innovation, Price Perception, Costumer Loyalty, Azarine Sunscreen*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Azarine *Sunscreen* pada *Marketplace* Shopee Indonesia (Studi pada Pelanggan Azarine *Sunscreen* di DKI Jakarta)”

Penulisan skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan penulisan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Andyan Pradipta Utama, S.E., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan, memberikan semangat yang tiada hentinya dan saran-saran beserta motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M. Si., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Dudi Permana, M.M., Ph.D selaku Ketua Program Studi manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

4. Terstimewa peneliti sampaikan terima kasih kepada kedua Orang Tua tercinta, Ayah Budi T Waluyo dan Ibu Dina Srimulyani serta abang dan kakak saya Muhammad Andre Darmawan dan Prawita Sari yang senantiasa telah memberikan kasih sayang yang tak terhingga dan dukungan moril dan material yang tiada henti serta kesabarannya yang luar biasa dalam memberikan do'a dan memberi motivasi selama ini.
5. Terimakasih untuk seluruh sahabat-sahabat terkasih beserta teman-teman Manajemen S1 FEB Universitas Mercu Buana angkatan 2020 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan seluruh impian kita
6. Terimakasih untuk seluruh dosen-dosen Pengajar dan juga Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sangat baik dalam memberikan pengetahuan dan membantu melayani para mahasiswa.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini

Jakarta, 28 Juni 2024



Soleha Putri Noviani

NIM : 43120110108



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A.    Latar Belakang Penelitian .....	1
B.    Rumusan Masalah .....	15
C.    Tujuan Penelitian.....	15
D.    Kontribusi Penelitian .....	16
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>17</b>
A.    Kajian Pustaka .....	<b>17</b>
1.    Manajemen Pemasaran .....	17
a.    Pengertian manajemen pemasaran .....	17
b.    Bauran Pemasaran .....	18
2.    Perilaku Konsumen.....	20
a.    Pengertian Perilaku Konsumen .....	20
b.    Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	21
c.    Indikator Perilaku Konsumen .....	26
3.    Kualitas Produk.....	27
a.    Pengertian Kualitas Produk.....	27
b.    Tujuan Kualitas Produk.....	28
c.    Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	29
d.    Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	29
4.    Inovasi Produk .....	32

a.	Pengertian Inovasi Produk .....	32
b.	Tujuan Inovasi Produk .....	33
c.	Faktor Inovasi Produk .....	33
d.	Dimensi dan Indikator Inovasi Produk .....	35
5.	Persepsi Harga .....	37
a.	Pengertian Persepsi Harga.....	37
b.	Tujuan Persepsi Harga .....	38
c.	Peranan Harga .....	39
d.	Dimensi dan Indikator Persepsi Harga.....	40
6.	Loyalitas Pelanggan.....	42
a.	Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	42
b.	Faktor Loyalitas Pelanggan.....	43
c.	Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	45
d.	Tingkatan Loyalitas Pelanggan .....	46
e.	Dimensi dan Indikator Loyalitas Pelanggan .....	50
7.	Penelitian Terdahulu .....	52
<b>B.</b>	<b>Pengembangan Hipotesis .....</b>	<b>61</b>
1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan .....	61
2.	Pengaruh Inovasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	62
3.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	63
4.	Kerangka Pemikiran .....	65
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>67</b>
A.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	67
B.	Design Penelitian.....	67
C.	Definisi dan Operasional Variabel .....	68
1.	Definisi Variabel.....	68
2.	Operasionalisasi Variabel .....	70
D.	Skala Pengukuran .....	76
E.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	76
1.	Populasi.....	76
2.	Sampel .....	77
F.	Metode Pengumpulan Data .....	78

<b>G. Metode Analisis Data .....</b>	<b>79</b>
1. Analisis Deskriptif .....	79
2. Uji Instrumen .....	80
3. Analisis <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	81
a. Pengertian Partial Least Square (PLS).....	81
b. Menguji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	82
c. Menguji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	86
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>88</b>
<b>A. Analisis Deskripsi .....</b>	<b>88</b>
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	88
2. Deskripsi Responden .....	89
3. Deskripsi Variabel .....	92
<b>B. Analisis <i>Palias Square (PLS)</i>.....</b>	<b>98</b>
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	98
2. Evaluasi Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	105
<b>C. Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>110</b>
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	111
2. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	112
3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	113
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>115</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>115</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>115</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>119</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>129</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Kompetitor Terkuat Azarine Sunscreen Lokal & Internasional....	9
Tabel 1.2 Pra Survei Azarine <i>Sunscreen</i> .....	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	52
Tabel 3.1 Operasional Variabel Kualitas Produk.....	71
Tabel 3.2 Operasional Variabel Inovasi Produk .....	73
Tabel 3.3 Operasional Variabel Persepsi Harga .....	74
Tabel 3.4 Operasional Variabel Loyalitas Pelanggan .....	75
Tabel 3.5 Instrumen Skala Likert.....	76
Tabel 3.6 Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Pengukuran (Mode A).....	85
Tabel 3.7 Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Struktural .....	87
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	89
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	90
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	91
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	92
Tabel 4.5 Hasil Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	93
Tabel 4.6 Hasil Deskripsi Variabel Kualitas Produk .....	94
Tabel 4.7 Hasil Deskripsi Variabel Inovasi Produk.....	95
Tabel 4.8 Hasil Deskripsi Variabel Persepsi Harga .....	97
Tabel 4.9 Hasil Nilai <i>Loading Factor</i> .....	100
Tabel 4.10 Hasil Nilai <i>Loading Factor</i> Hasil Modifikasi .....	101
Tabel 4.11 <i>Discriminant Validity-Fornell Larcker Criterion</i> .....	102
Tabel 4.12 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> .....	103
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas .....	104
Tabel 4.14 Hasil Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	104
Tabel 4.15 Hasil <i>R-Square</i> .....	105
Tabel 4.16 Hasil Pengujian <i>Blindfolding</i> .....	106
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis .....	108

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan Industri Kecantikan dan Perawatan Diri di Indonesia .....	1
Gambar 1.2 Jumlah Penduduk di DKI Jakarta.....	2
Gambar 1.3 Marketplace Dengan Pengunjung Terbanyak pada Tahun 2023 .....	5
Gambar 1.4 Penjualan <i>Sunscreen</i> Terlaris Tahun 2022 di Shopee Indonesia.....	6
Gambar 1.5 Penjualan <i>Sunscreen</i> Terlaris Tahun 2023 di Shopee Indonesia.....	7
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran .....	19
Gambar 2.2 Tingkatan Loyalitas Pelanggan .....	46
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran .....	65
Gambar 4.1 PLS Algoritma.....	99
Gambar 4.2 PLS Algoritma Hasil Modifikasi.....	101
Gambar 4.3 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> .....	108

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	129
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden.....	136
Lampiran 3 Hasil Pengujian Model Pengukuran Evaluasi ( <i>Outer Model</i> ) .....	150
Lampiran 4 Pengujian <i>model structural</i> /uji hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	154